



Posve je razumljivo da projekt obilježavanja obljetnice jedne od velikih domaćih muzejskih ustanova stručni krugovi uvijek iščekuju s posebnom pažnjom. Prema nepisanomu pravilu, od najvećih očekujemo najbolje, najcjelovitije i najkorisnije, smatrajući da uz dobre predispozicije (kao što je iznimna

Muzeja za umjetnost i obrt, Zagreb
27.11.2005.-28.2.2006.

Koncepcija izložbe: Miroslav Gašparović
Postav izložbe: Željko Kovačić

građa ili vrsni tim stručnjaka) nije teško ostvariti visoku koncentraciju superlativa na jednome mjestu.

Zagrebačkome Muzeju za umjetnost i obrt potencijala za dohvaćanje superlativa nikada nije manjkalo. Muzej se s pokrićem može



Pozivnica na otvorenje izložbe, oblikovanje: Studio Rašić

hvaliti bogatom tradicijom, jedinstvenim fundusom, nizom znamenitih ravnatelja u svojoj povijesti, stručnjacima koji skrbu za njegove zbirke, važnim projektima itd., ali i ostvarivanjem temeljnih zahtjeva svoga ustrajna i propagandi vična utemeljitelja. Nekoliko mjeseci prije službena otvaranja Muzeja u veljači 1880. Izidor Kršnjavi je zapisao: "Što želimo, za čim težimo i zašto se borimo jest da dobijemo aktivan umjetničko-obrtnički muzej".¹ Stotinjak godina kasnije MUO je u svoje aktivnosti uvrstio i pomno razrađivanje marketinških akcija kako bi dopro do najšire javnosti (jer stručna kudi ili hvali, ali živjeti se mora). Promidžbene poruke uz velike kulturološke izložbene projekte osvanule su na jumbo-plakatima, izložbe je nadopunjavao bogat popratni program, posjetiteljima je ponuđen automobil kao glavni zgoditak nagradne igre koju je trebalo zaigrati s ulaznicom - Muzej je pomoću intenzivne samohvale uspio senzibilizirati publiku za sadržaje koje je nudio, a broj posjetitelja osjetno je rastao. Izložba *Skriveno blago*, koja je obilježila kraj 2005. i prvo tromjesečje 2006. godine, dugo je pripremana, a pripreme su bile popraćene

pompoznom najavama. Elegantne i efektne dvojezične pozivnice u dvije izvedbe - s crvenom pozadinom, za otvorenje izložbe u podne jedne nedjelje u studenome, i s bež pozadinom, za posjet izložbi u popodnevnom satima istoga dana - objavljivale su da je MUO za projekt u povodu svoje 125. obljetnice našao moćne pokrovitelje, te da barata mnogim rafinesama kojima suvremenost raspolaže kad osmišljava reklamne doskočice i solidnu financijsku konstrukciju. Uz transparentni naslov, dakako, nije trebalo dodavati da je MUO obljetničarski odlučio predstaviti izbor iz vlastita fundusa. Taj je izbor utemeljen na objektima iz muzejskih depoa koji nisu ušli u stalni postav iz 1995. i u dužem su razdoblju (ili oduvijek) bili nedostupni široj javnosti.

Izložba je zamišljena u dvije cjeline, pri čemu prva prikazuje povijest muzeja u nizu fotografiranih podataka koje treba iščitati s lenti na zidu. Strelice na podu dvorane sugeriraju ispravan smjer kretanja i ne dopuštaju da se posjetitelj izgubi u prostoru, što naravno ne jamči da se neće *izgubiti* u činjenicama pre-

¹ I. KRŠNJAVI, Organizacija umjetničko-obrtničkoga muzeja, u: *Obzor*, 111 (IX), 14. svibnja 1879.

sudnima za razvoj Muzeja kakav je danas, odnosno, da se neće prepustiti tek površnome i djelomičnome pregledavanju fakto-grafije. Laik će, a njemu se izravno obraća promidžbena aktivnost Muzeja, zacijelo izgubiti strpljenje potrebno za proučavanje suhoparna vremeplova već negdje između 1875. (u vrijeme pribavljanja prvih predmeta za budući umjetničko-obrtnički muzej u Zagrebu) i 1909. (kada je u današnjoj zgradi otvoren prvi stalni postav Muzeja). Razdoblje do prvih godina našega stoljeća vjerojatno će pregledavati prateći strelice uz koje ga čeka pokoji izložak ilustrativno pridružen odrednicama muzejske povijesti (primjerice informacijama o otkupima i nabavkama predmeta ili izložbenim projektima). Smisao postavljanja tih predmeta u prostor, radilo se o indijskim vazama, španjolskim pladnjima, ormarima za umivanje, flakonima, medaljonima ili portalnim satovima, bez praćenja događaja na vremenskoj lenti ostat će mu nedokučiv na razini upravo skrivenoga blaga.

Drugu cjelinu izložbe čine stotine objekata iz zbirke dizajna, arhitekture, namještaja, slikarstva, oslikane pozlaćene kože, skulpture, fotografije i foto-opreme, tiskarstva i knjigoveštva, grafike, tekstila, satova, metala, bjelokosti, keramike i stakla. Kružni postav ne predstavlja zbirke u njihovu presjeku, već ih predstavlja nizanjem predmeta koje pojedina zbirka sadrži. Njihov se raspored doima proizvoljnim, a nedostatak legendi koje bi uputile prosječna posjetitelja u tajne skrivena blaga sugerira da je za postav izabrano najjednostavnije od mogućih rješenja. Kako

se čini, snalaženje među izlošcima ostat će privilegij upućena posjetitelja (jednoga od onih što hvale ili kude, ali ne i onoga kojeg na posjet muzeju treba motivirati nagradnom igrom) jer je teško zamisliti da će bez legende koja bi mu *ispričala priču* laik dokučiti značenje predmeta kao što su sag kazak s Kavkaza, identificirati Komersteinerove figure kao ostatke oltara iz zagrebačke katedrale ili znati da u slučaju Pommerovih kalotipija iz pedesetih godina 19. stoljeća gleda u radove koji su trebali sačinjavati prvi fotografski album u Hrvatskoj.² Dakako, prosječni će posjetitelj posve sigurno zapamtiti niz od pet vrata na putu prema izlošcima iz zbirke namještaja, među kojima treba zaobići slijepe, a nabasati na prava (nakon čega ima dobre izgleda previdjeti ormar za led s kraja 19. stoljeća, predmet iznimne važnosti prije izuma hladnjaka, postavljen odmah iza vrata). Osim toga, registrirat će zasigurno bidermajerski sobni nužnik s intarziranim bordurama i venecijansku vrtnu garnituru školjkasta habitusa iz 1901., dok će mu za većinu bez koncepcije nanizanih izložaka nedostajati dodatna objašnjenja. Pomodni detalj u vidu vodstva kroz izložbu mobitelom koji MUO nudi slaba je utjeha - tek će savjesniji posjetitelj koji posegne za katalogom uvidjeti kako bi tekstovi pojedinih kataloških jedinica predstavljali idealne informativne legende uz pojedine izložke. Drugim riječima, usprkos izuzetnoj građi, ovako koncipirana izložba teško da će, iako je sudeći prema reklamnoj kampanji namijenjena upravo široj javnosti, "probuditi u občinstvu ukus i razumijevanje obrtnina i umjetnina..."³

² M. TONKOVIĆ, Zbirka stare fotografije. Svjetlopisna povijest, u: *Skriveno blago Muzeja za umjetnost i obrt*, Zagreb, MUO, 2005, 148.

³ "Svrha umjetničko-obrtničkog muzeja jest: a) dati priliku zanatlijam i umj. obrtnikom, da se zornom poukom usavrše u svojim radnjah b) probuditi u občinstvu ukus i razumijevanje obrtnina i umjetnina...". I. KRŠNJAVI, Organizacija umjetničko-obrtničkoga muzeja, u: *Obzor*, 111 (IX), 14. svibnja 1879.

Upitno je i da li ovako zamišljena izložba doista “posjetiteljima nudi živopisnu ilustraciju muzejskog blaga ukorak s prikazom zbivanja iz stogodišnjeg života Muzeja”.⁴ Muzejsko blago odvojeno je od prikaza povijesti muzeja, s kojom će se, uz odabrani način prezentacije, upoznati samo najuporniji. Tako će nepravedno ostati zakinut čitav niz stručnjaka, njihovih muzeoloških koncepcija, aktivnosti, ideja i prioriteta, niz publikacija, monografija i muzejskih projekata koji su obilježili razvoj Muzeja i koje treba predstaviti široj javnosti. Isto tako, naši suvremenici, vrsni muzealci koji brinu o zbirka dokumenta nacionalne kulture i koji su dosad uspješno realizirali seriju velikih izložaba, ostali su u sjeni, a njihov stvarni potencijal, kako se čini, uz ovu obljetnicu nije došao do punoga izražaja. Pojedine su zbirke u kata-

logu izložbe predstavljene tek u najkraćim crtama, iako svaka od njih zaslužuje opsežnu studiju. Ipak, ne možemo ne primijetiti da je katalog u ilustrativnomu dijelu raden s posebnom pažnjom, o čemu svjedoče i efektna fragmentarna povećanja na početnim stranicama pojedinih cjelina.

Sposobnost komunikacije s publikom nije najmoćnije oružje Muzeja za umjetnost i obrt, iako je trenutno najglasnije. Veliki trud uložen u animiranje šire javnosti na posjet muzeju sigurno će se isplatiti, no ovoga puta nije joj ponuđeno ni manje ni više od proizvoljna uvida u muzejski depo kojemu nedostaje čvršća koncepcija. Posve je sigurno da MUO, čija reputacija nije upitna, raspolaže potencijalima za svrhovitija predstavljanja trajnih vrijednosti kojima raspolaže.

⁴ Iz reklamnoga letka MUO. 125 godina vašeg muzeja.